

## Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

### Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für die Platzierung von Werbung print, online von „Die Presse“ Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG

Haftung: Für den Inhalt jeder Anzeige haftet der Auftraggeber der Anzeigenschaltung/Inserat. Der Auftraggeber garantiert, dass das Inserat gegen keinerlei gesetzliche Bestimmungen (z.B. GleichbehandlungsG), nicht das Ansehen des Verlages oder die guten Sitten verstößt, technischen Anforderungen genügt, er alle rechtlichen Bestimmungen einhält (z.B. UWG, Abgaben lt. GlücksspielG), alle notwendigen Rechte inne- bzw. eingeräumt erhalten hat und daher Rechte Dritter (z. B. Immaterialgüterrechte wie Urheber-, Markenschutzrechte bei Fotos, Grafiken, Tonträger, Videobänder usw.) nicht verletzt werden. Der Auftraggeber garantiert daher beispielsweise bei Anbot gewerblicher Dienstleistungen die gesetzliche Verpflichtung zur Kennzeichnung seines Unternehmens gem. § 63 GewO bzw. § 6 Abs. 1 E-Commerce Gesetz (ECG) im Onlinebereich bzw. sonstige für den mobilen, digitalen, etc. Bereich geltende Bestimmungen einzuhalten. Sollte der Auftraggeber rechtlichen Bestimmungen, wie z.B. der Kennzeichnungspflicht oder Bestimmungen des GleichbehandlungsG nicht nachkommen, behält sich der Verlag vor, die Annahme des Inserats abzulehnen bzw. bei begründetem Verdacht eines Gesetzesverstößes, angegebene Daten wie Namen und Anschrift des Auftraggebers auf Anfrage dem Schutzverband gegen unlauteren Wettbewerb sowie den gem. § 14 Abs. 1 zweiter und dritter Satz UWG klagebefugten Einrichtungen oder sonstigen Behörden (z.B. Magistrat, Polizei), Gerichten oder sonstigen Dritten (z.B. gem. § 18 Abs. 4 ECG) mitzuteilen. Der Verlag behält sich vor, Werbe-Maßnahmen, die vom Österreichischen Werberat beanstandet wurden, nicht abzubilden (einschließlich des sofortigen Stopps einer bereits laufenden Werbekampagne). Der Verlag kann aus diesem Grund sowohl die Annahme eines Werbeauftrags ablehnen als auch von rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen zurücktreten. Der Verlag ist zu einer entsprechenden Prüfung des Inserates oder eines dagegen vorgebrachten Veröffentlichungsbegehrens nicht verpflichtet, jedoch berechtigt, rechtlich notwendige Adaptionen eines Inserates auch ohne vorherige Rücksprache mit dem Auftraggeber durchzuführen. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Ansprüche des Auftraggebers welcher Art auch immer sind ausgeschlossen.

**1. Stelleninserate:** Wir weisen darauf hin, dass das Gleichbehandlungsgesetz inhaltliche Vorgaben für Stelleninserate normiert. Insbesondere sind Stellenausschreibungen diskriminierungsfrei zu gestalten und ist, soweit ein solches besteht, das kollektivvertragliche oder das durch Gesetz oder andere Normen der kollektiven Rechtsgestaltung geltende Mindestentgelt anzugeben und gegebenenfalls auf die Bereitschaft zur Überzahlung hinzuweisen. Dem Verlag ist es nicht möglich, Inserate individuell auf Einhaltung dieser Vorgaben zu prüfen, der Auftraggeber garantiert daher dem Verlag, die Vorgaben des Gleichbehandlungsgesetzes für Stelleninserate einzuhalten. Der Auftraggeber hält den Verlag sowie dessen Mitarbeiter hinsichtlich aller Ansprüche, die auf das erschienene Inserat gegründet werden (z.B. Klage eines Mitbewerbers, verwaltungsstrafrechtliche Inanspruchnahme durch die zuständige Behörde, Einschaltkosten von gerichtlich angeordneten Gegendarstellungen), vollkommen schad- und klaglos; dies umfasst – auch nachfolgend sofern auf eine Schad- und Klagloshaltung durch den Auftraggeber hingewiesen wird - immer auch die gesamten Rechtsanwalts- sowie Gerichtsverfahrenskosten.

**2. Der Auftraggeber garantiert und haftet insbesondere auch dafür, dass das zu schaltende Inserat/die zu schaltende Werbung nicht gegen die Bestimmungen des österreichischen Glücksspielgesetzes verstößt, und verpflichtet sich im Falle eines Verstoßes, unabhängig von einem eigenen Verschulden, den Verlag über erste Aufforderung vollkommen schad- und klaglos zu halten. Die Schad- und Klagloshaltung durch den Auftraggeber umfasst auch den Ersatz jeglicher Folgeschäden für den Verlag, insbesondere den Ersatz von angemessenen Rechtsvertretungs- und Prozesskosten sowie von gerichtlichen oder behördlichen Strafen; der Verlag ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, hinsichtlich solcher verhängter Strafen Rechtsmittel zu erheben und den Rechtsweg auszuschöpfen. Der Auftraggeber verzichtet im Falle einer**

# Die Presse

Inanspruchnahme von dritter Seite (Behörde, Mitbewerber, etc.) auf den Einwand eines Mitverschuldens des Verlags und auf jegliche sonstige Haftung des Verlags.

**3. Annahme:** Werden Anzeigen telefonisch aufgegeben oder solcherart Änderungen veranlasst, dann übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Dies gilt auch für undeutlich geschriebene Textvorlagen. Hierfür übernimmt der Verlag keine Gewähr.

**4. Gewährleistung und Leistungsstörung:** (Druck-) Fehler, bzw. Fehler, die den Sinn eines Inserates nicht wesentlich beeinträchtigen, begründen keine Ersatzansprüche dem Verlag gegenüber. Fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber. Der Verlag lehnt jede Haftung für eventuelle Schäden, die durch Nichterscheinen eines Inserats oder einer Fremdbeilage an einem bestimmten Tag (ausgenommen bei ausdrücklich vereinbarter Platzierung, etc.) bzw. die durch Druckfehler usw. entstehen ab. Der Verlag haftet, sofern er für Schäden einzustehen hat, nur bei grober Fahrlässigkeit und Vorsatz. Eine weitergehende Haftung, insbesondere für leichte Fahrlässigkeit, entgangenen Gewinn, Zinsverlust, mittelbare und Folgeschäden, Schäden Dritter etc., ist ausdrücklich ausgeschlossen. Der Verlag haftet nicht für beschädigte oder verloren gegangene Daten oder Dateien. Fälle höher Gewalt (zB auch Streiks, Beschlagnahme, Maschinenschaden, Verkehrs- und Betriebsstörungen) sind seitens des Verlags nicht zu vertreten. Der Verlag behält den Anspruch auf das volle Entgelt, wenn die zu veröffentlichende Werbung in angemessener Zeit nach Beseitigung der Störung veröffentlicht wird. Der Verlag ist zur zweimaligen Nachbesserung innerhalb angemessener Frist berechtigt. Erst nach 2 erfolglosen Nachbesserungsversuchen oder Ablehnung der Nachbesserung durch den Verlag ist der Auftraggeber zu weiteren Ansprüchen (Preisminderung, Wandlung) entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen berechtigt. Jedenfalls ist die Haftung der Höhe mit dem Betrag des Preises für den betreffenden Auftrag begrenzt.

**5. Unterlagen, Aufbewahrung:** Für die Eignung zum Druck bzw. zur Veröffentlichung beigestellter oder vom Auftraggeber selbst gestalteter Druckunterlagen, Kosten für die Herstellung von Reinzeichnungen bzw. Abweichungen in der Druckqualität bedingt durch deren Ausgestaltung sowie auch inhaltliche Fehler oder sonstige Mängel solcher beigestellter Unterlagen (wie z.B. Manuskripten, Filmen, reproreife Vorlagen, Fremdbeilagen und Sonderwerbeformen) haftet ausschließlich der Auftraggeber. Den Verlag trifft keine Prüf- und/oder Hinweispflicht. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Unterlagen endet 3 Monate nach dem Erscheinen der letzten Anzeige.

**6. Probeabzüge:** Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen Kostenersatz hergestellt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Bei nicht fristgerechter Rückstellung solcher Abzüge gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für die Lieferung vom Verlag anzufertigender Copys, Filme oder grafischer Arbeiten hat der Auftraggeber zu tragen.

**7. Platzierungswünsche:** Diese werden nach Möglichkeit berücksichtigt, stellen für den Verlag jedoch keine Verpflichtung dar. Der Ausschluss von Mitbewerbern kann nur für zwei gegenüberliegende Seiten vereinbart werden.

**8. Kennzeichnung:** Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden vom Verlag gemäß § 26 Mediengesetz gekennzeichnet.

**9. Kennziffernverkehr:** Auftraggeber von Chiffreanzeigen sind für die zeitgerechte und vollständige Rückstellung von den Chiffrebriefen beigelegten Unterlagen verantwortlich. Einsendungen, durch die der verlagseigene Chiffre-dienst missbraucht wird, werden nicht ausgefolgt. Der Verlag übernimmt ferner keine eingeschriebenen Chiffrebriefe und haftet in keinem Fall für in Verlust geratene Einsendungen oder für deren verzögerte Weitergabe.

**10. Anzeigenaufträge:** Aufträge, gleichgültig von wem übernommen, gelten dem Verlag gegenüber erst dann verbindlich, wenn sie vom Verlag angenommen wurden. Aufträge werden vom Verlag auf Wunsch bestätigt. Mündliche Aufträge, die nicht schriftlich bestätigt werden, binden den Verlag nicht. Der Verlag ist berechtigt, von einem angenommenen Anzeigenauftrag aus wichtigen Gründen zurückzutreten bzw. diesen außerordentlich zu beenden. Wichtige Gründe sind insbesondere grober Verstoß gegen Vertragspflichten durch den Auftraggeber oder Schließung des Unternehmens bzw. Einstellung der Zeitung.

# Die Presse

**11. Nachlass, Agenturprovision:** Die im Anzeigentarif angeführten Mengenrabatte werden nur für die innerhalb eines Kalenderjahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt. Der Werbungstreibende erhält nur dann rückwirkend einen Nachlassanspruch auf alle seine während eines Kalenderjahres tatsächlich abgenommenen Anzeigen, wenn er von Beginn dieses Jahres an einen Gesamtauftrag abgeschlossen hat, der aufgrund des vorliegenden Tarifs die Nachlassgewährung begründet. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht worden ist. Wird ein derartiger Auftrag aus Gründen, die der Verleger nicht zu vertreten hat, nicht erfüllt, so hat der Auftraggeber – unbeschadet sonstiger Rechtspflichten – den Unterschied zwischen dem gewährten Nachlass und jenem, der der effektiven Abnahme entspricht, dem Verleger zurückzuerstatten. Bei Konkurs oder Ausgleich des Auftraggebers entfällt der Nachlass. Leistungen, die eine 15-prozentige Agentur- (Mittler-)Provision rechtfertigen, sind die Mittlerleistung selbst, die Übermittlung (entsprechend den Vorgaben des Verlags) einer druckfertigen Unterlage oder elektronische Übermittlung des fertigen Sujets und die Übernahme des Delkredere und die Haftung für Copyright-Fragen.

**12. Laufzeit, Samstag/Feiertag:** Anzeigen sind innerhalb der angegebenen, vereinbarten Frist zu konsumieren. Nicht konsumiertes Anzeigenvolumen verfällt ohne Barablöse oder Rückzahlung bereits bezahlter Anzeigen ersatzlos. Sofern sich keine Frist aus dem Vertrag ergibt, sind Anzeigen innerhalb eines Jahres und hier monatlich zu konsumieren, außer es ergibt sich aus dem Anzeigenbetrag oder der Anzeigengröße etwas anderes. Fällt ein gesetzlicher Feiertag auf einen Samstag, so werden für den davorliegenden Freitag gebuchte Anzeigen mit dem Samstagstarif verrechnet.

**13. Anzeigenpreise und Zahlungskonditionen:** Es gelten die jeweils unter <http://diepresse-vermarktung.com/tarife> ausgewiesenen Tarife. Basis für die Verrechnung im Onlinebereich sind die ausgelieferten Ad-Impressions unseres (Ad-)Servers. Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten die neuen Preise auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft. Die Rechnung mit Beleg wird spätestens am 5. Tag des auf die Veröffentlichung folgenden Monats erstellt. Unsere Rechnungen sind sofort nach Erhalt ohne Abzug zur Bezahlung fällig. Der Auftraggeber stimmt einer allfälligen elektronischen Übermittlung der Rechnungen per E-Mail ausdrücklich zu. Bei Zahlungsverzug werden gesetzliche Verzugszinsen laut §§ 455 ff UGB verrechnet. Weiter werden aus dem Titel des Zahlungsverzugs die Satz- und Inkassospesen gem. § 1333 Abs 2 ABGB Geltend gemacht. Laufende und weitere Aufträge des Säumigen können vom Verlag bis zur vollständigen Bezahlung des fälligen Betrags zurückgestellt werden. Der Verlag behält sich vor, nicht eingehobene Werbeabgaben nach zu verrechnen, wenn die Steuerbehörde eine derartige Abgabe einfordert. Kosten, die durch außergerichtliche oder gerichtliche Betreuung entstehen, gehen zu Lasten des Schuldners. Mit der Rechnung wird ein Beleg übermittelt. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine Aufnahmebescheinigung des Verlags. Dies gilt, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde. Einzugsermächtigung für SEPA-Lastschriften: Bei Zahlung mittels Einzugsermächtigung beauftragen Sie den Verlag widerruflich, die von Ihnen zu entrichtenden Zahlungen bei Fälligkeit zu Lasten Ihres Kontos mittels wiederkehrender SEPA-Lastschrift einzuziehen. Es ist hiermit auch Ihre kontoführende Bank ermächtigt, die Lastschriften einzulösen. Letztere ist auch berechtigt, Lastschriften zurückzuleiten, insbesondere dann, wenn das Konto nicht die erforderliche Deckung aufweist. Teilzahlungen sind nicht zu leisten. Sie haben das Recht, innerhalb von 56 Kalendertagen ab Abbuchungsdatum ohne Angabe von Gründen eine Rückbuchung auf Ihr Konto zu veranlassen. Den Einzug zum jeweiligen Fälligkeitstermin werden wir Ihnen gemeinsam mit der Rechnung spätestens einen Tag vor Fälligkeit vorab ankündigen (Pre-Notification). Bitte sorgen Sie für eine entsprechende Kontodeckung. Nutzer im Ausland müssen sicherstellen, dass der Rechnungsbetrag vollständig in Euro auf dem Konto des Verlages einlangt. Differenzbeträge werden nachbelastet. Bei Fragen zum SEPA-Lastschriftverfahren wenden Sie sich an Ihr Kreditinstitut.

**14. Stornierungen:** Bei Stornierungen von Anzeigenaufträgen und Beilagenbuchungen (soweit dies für den Verlag technisch noch möglich ist) verrechnen wir eine Stornogebühr. Hauptblatt: Bei

# Die Presse

Stornos bis 1 Monat vor Erscheinen beträgt die Gebühr 10 % vom Tarifwert der Buchung, bis 2 Wochen vor Erscheinen 30 %, ab 1 Woche vor Erscheinen 50 %, 3 Tage vor Erscheinen den gesamten Tarifwert. Bei Magazinen, Schaufenster und Sonderproduktionen: Bei Stornos bis 2 Wochen vor Erscheinen beträgt die Gebühr 50 %, ab 2 Wochen vor Erscheinen den gesamten Tarifwert. Eine Stornierung von Folgeaufträgen nach der ersten Schaltung ist nicht mehr möglich.

**15. Fremdwerbung:** Fremdbeilagen dürfen grundsätzlich lediglich Eigenwerbezwecken des Kunden dienen und keine Inserate Dritter enthalten. Inserate Dritter (Fremdinserate) bedürfen der ausdrücklichen vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages. Der Aufpreis für Beilagen mit Fremdinseraten sofern dies vorab schriftlich vom Verlag genehmigt wird: 30% des Tarifwertes je Fremdanzeige. Der Verlag behält sich ausdrücklich vor, Fremdbeilagen mit Fremdinseraten abzulehnen.

**16.** Es wird eine dem richterlichen Mäßigungsrecht nicht unterliegende Konventionalstrafe in Höhe des doppelten Tarifwerts, der für die Fremdbeilage gilt, vereinbart, wenn Fremdbeilagen ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Verlages Fremdinserate enthalten. Die Konventionalstrafe wird sofort nach schriftlicher Anzeige durch den Verlag fällig. Über den Betrag der Konventionalstrafe hinausgehende Ansprüche des Verlages bleiben davon unberührt.

**17. Rechnungsreklamation:** Rechnungsreklamationen können nur innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung anerkannt werden.

**18. Rügepflicht:** Reklamationen und sonstige Beanstandungen sind bei sonstigem Ausschluss der Gewährleistung oder Schadenersatzansprüche schriftlich innerhalb von acht Tagen nach Erscheinen des Inserats geltend zu machen.

**19. Immaterialgüterrechte:** Das Eigentum und Rechte an Idee, Konzeption, Gestaltung, Layout, Titel, Text, Fotos, etc. an vom Verlag gestalteten Sujets verbleiben beim Verlag, sofern mit dem Auftraggeber im Einzelfall nicht ausdrücklich schriftlich etwas anderes vereinbart wird. Dieses Anzeigensujet darf daher lediglich in der Presse Print, auf DiePresse.com und/oder ausdrücklich vom Verlag gestatteten Medien in unveränderter Weise veröffentlicht werden. Jegliche auch nur teilweise Bearbeitung, Vervielfältigung, und/oder anderweitige Veröffentlichung, Verbreitung und/oder Verwertung des Anzeigensujets bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung des Verlages.

**20. Zustimmungserklärung zu Werbeinformationen: Der Auftraggeber stimmt zu, dass seine selbst angegebenen personenbezogenen Daten** (Name, etwaige Userbezeichnungen, Anrede, Titel, Adresse, Telefonnummern, E-Mail-Adressen, Geschlecht, Geburtsdatum, Berufs- oder Branchenbezeichnung, Fotos) **und während der Geschäftsbeziehung** (über Aufträge, Bestellungen, Abonnements, Verträge (inkl. deren Inhalt), Zahlungen, Nachfrageinteressen, gewonnene Informationen auf den digitalen Plattformen des Unternehmens etc.) **weiteres anfallenden personenbezogenen Bewegungsdaten von "Die Presse" Verlagsgesellschaft m.b.H, Hainburgerstraße 33, 1030 Wien zur Kontaktaufnahme per Post, E-Mail, Push-Nachrichten, Telefax, Telefon oder SMS zu Zwecken der Zusendung von Informationen über eigene Waren und Dienstleistungen, sowie Sonder- und Werbeaktionen zu diesen** (zB (Test-)Angebote, Produkte, Einladungen zu Veranstaltungen, Gewinnspiele, Umfragen, Bestellungen über die digitalen Plattformen, Newsletter etc) **verarbeitet werden dürfen. Der Auftraggeber stimmt darüber hinaus zu, dass diese personenbezogenen Daten zu denselben Zwecken auch an „Die Presse“ Verlagsgesellschaft m.b.H & Co KG, Styria Medienhaus Wien GmbH, die letztgenannten alle Hainburgerstraße 33, 1030 Wien, Kleine Zeitung GmbH & Co KG, Anzeigen und Marketing Kleine Zeitung GmbH & Co KG, beide Gadollaplatz 1, 8010 Graz, Styria Medienhaus Lifestyle GmbH & Co KG, Styria Medienhaus Sport GmbH & Co KG, Styria Multi Media Corporate GmbH & Co KG, Geiselbergstraße 15, 1110 Wien, Top Times Medien GmbH, sowie auch an Styria Marketing Services GmbH & Co KG (Gadollaplatz 1, 8010 Graz; DVR Nummer: 4011754) übermittelt und von diesen verarbeitet werden dürfen.** Styria Marketing Services GmbH & Co KG, ein Adressverlag und Direktmarketingunternehmen der Styria Unternehmensgruppe, wird Ihre personenbezogenen Daten im Rahmen der Gewerbeberechtigung iSd § 151 GewO zur Vorbereitung und Durchführung von Marketingaktionen einschließlich der Gestaltung und des Versandes von

# Die Presse

Werbemitteln sowie zum Listbroking auf Basis Ihrer Zustimmung verarbeiten. Gem § 151 Abs. 5 GewO ist Styria Marketing Services GmbH & Co KG überdies berechtigt, aus Ihren Daten die Datenarten Namen, Geschlecht, Titel, akademischer Grad, Anschrift, Geburtsdatum, Berufs-, Branchen- oder Geschäftsbezeichnung sowie Ihre Zugehörigkeit zu ihrer Kunden- und Interessentendatei an Adressverlage und Direktmarketingunternehmen weiterzugeben, solange Sie dies nicht untersagt haben. **Sie können diese Zustimmungen jederzeit, auch getrennt voneinander, widerrufen** (z.B. durch Brief, Fax oder E-Mail).

**21. Geheimhaltung:** Der Auftraggeber verpflichtet sich, sämtliche ihm zur Verfügung gestellten Informationen (z. B. Passwort, Benutzernamen, Mediadaten u. a.) absolut vertraulich zu behandeln, sicher aufzubewahren und nicht an Dritte weiterzugeben. Falls dies doch notwendig sein sollte, verpflichtet sich der Auftraggeber, die Informationen nur an Personen weiterzugeben, die sich ihrerseits zu umfassender Geheimhaltung verpflichtet haben. Diese Verpflichtung besteht auch nach Beendigung des Vertragsverhältnisses zwischen dem Verlag und dem Auftraggeber. Für aus der Verletzung dieser Geheimhaltungspflicht resultierende Schäden hält der Auftraggeber den Auftragnehmer vollkommen schad- und klaglos (inkl. Rechtsanwalts- und Verfahrenskosten).

**22. Rechtsnachfolge:** Rechte und Pflichten aus abgeschlossenen Aufträgen gehen auf den allfälligen Gesamtrechtsnachfolger der Vertragspartei über. Die Vertragsparteien sind in allen anderen Fällen nicht berechtigt, ihre Rechte und Pflichten aus dieser Vereinbarung an Dritte abzutreten bzw. die Vertragsposition an Dritte zu übertragen.

**23. Sonstiges:** Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand ist Wien. Es gilt österreichisches Recht unter Ausschluss der Verweisnormen des österreichischen internationalen Privatrechts und des UN-Kaufrechtsübereinkommens. Bei Unwirksamkeit von Teilen der AGB bleibt die Wirksamkeit des Rests unberührt.

## Besondere Bestimmungen für Online-Anzeigen, Anzeigen auf mobilen, digitalen Endgeräten, Services, etc.

**1. Allgemeines:** Nachfolgende Bestimmungen gelten für Anzeigenschaltungen im Online-Bereich, im Bereich digitaler, mobiler und zukünftig technisch möglicher weiterer Verwertungs-, Verbreitungswege bzw. Endgeräte wie zB sämtliche Internet-Portale samt Domains, Applikationen, Services Widgets und Gadgets, RSS-Feeds, Newsletter, etc. auf PCs, Desktops, Notebooks, mobilen Plattformen (Handys, Smartphones, Tablets), Out of Home-Plattformen (z.B. Infoscreens), im digitalen Fernsehen, Navigationsgeräte, etc.

**2. Material :** Sämtliche Informationen, Dokumente, Unterlagen, Dateien, welche für die Schaltung der jeweiligen Werbung erforderlich sind (Grafiken, Rich Media Banner, Texte, Links und anderes), müssen spätestens 3 Arbeitstage vor der festgelegten Ersteinbindung auf der Website vollständig, fehlerfrei, und entsprechend der zuvor getroffenen Vereinbarung seitens des Auftraggebers an den Verlag übermittelt werden. Der Verlag hat das Recht, übermittelte Werbemedien auf ihre Darstellungstauglichkeit und technische Eignung (insb. passendes Format, Darstellungstechnologie und Dateigrößen, ua.) zu prüfen und gegebenenfalls zur Anpassung an den Auftraggeber zu retournieren. Dabei ist der Verlag auch berechtigt, diese Anpassungen nach vorheriger Vereinbarung mit dem Auftraggeber selbst vorzunehmen und die Kosten dafür zu verrechnen. Bei Nichterfüllung der technischen Voraussetzungen zur Schaltung der Werbung, bzw. zur Ermittlung der technischen Werbeinformationen (Anzahl der Adimpressions, ua.) ist der Verlag von allen daraus, sowie aus den durch die externe (Ad)Server-Anbindung der veröffentlichten Werbung resultierenden Ansprüchen freigestellt, wobei sämtliche Kosten umfasst sind. Wenn eine fehlerfreie Auftragsabwicklung nicht gewährleistet werden kann, ist Verlag unabhängig von einem eventuellen Schaden berechtigt, das Material unverzüglich aus der

# Die Presse

Schaltung zu nehmen und ist von jeglicher Haftung im Zusammenhang mit einer derartigen Maßnahme befreit. Der Auftraggeber verpflichtet sich, dem Verlag sämtliche Daten richtig und vollständig anzugeben, die zur Identifizierung des Auftraggebers im Sinne des § 6 Abs. 1 E-Commerce Gesetz (ECG) notwendig sind.

**3. Übergabe der Daten:** Die Übergabe der Daten hat im elektronischen Weg mittels E-Mail-Anhang zu erfolgen. Diese Daten müssen den nach ECG bestehenden Anforderungen zur Kennzeichnung kommerzieller Kommunikation genügen, sowie gegebenenfalls den einschlägigen Vorgaben durch das Fernabsatzgesetz sowie durch das Mediengesetz entsprechen. Insbesondere müssen die übermittelten Daten eine rechtskonforme Kennzeichnung von Auftraggebern kommerzieller Kommunikation zulassen.

**4. Freigabe und Schaltung:** Der Verlag gibt keine Garantien über die Platzierung und Reihenfolge der Werbeschaltungen sowie über die Aufteilung der Adimpressions während der Werbekampagne und ist dazu berechtigt, Werbeschaltungen aus redaktionellen, rechtlichen, technischen oder sonstigen Gründen zurückzuweisen oder nachträglich unverzüglich zu sperren; dies ohne Ansprüche des Auftraggebers.

**5. Rechtliche Verantwortung:** Der Verlag ist berechtigt, Werbematerial und Links, die gegen rechtliche Vorgaben oder die guten Sitten verstoßen, unverzüglich zu sperren, wobei eine vorherige Absprache mit dem Auftraggeber nicht notwendig ist, dieser aber von der Maßnahme ehestmöglich informiert wird. Die Sperrung befreit den Auftraggeber nicht von der Zahlung der vertraglich vereinbarten Vergütung. Der Auftraggeber hat vielmehr die Möglichkeit, das Werbematerial innerhalb einer Nachfrist von zwei Wochen ab Information durch diepresse.com oder Verlag nachzubessern. Wird innerhalb dieses Zeitraums seitens des Auftraggebers ein rechtskonformer Zustand hergestellt, wird dieses wieder geschaltet. Der Auftraggeber hat Verlag die Rechtskonformität des nachgebesserten Werbematerials schriftlich zu bestätigen. Weitergehende Erstattungs- oder Schadenersatzansprüche des Auftraggebers aus einer solchen Sperrung sind ausgeschlossen.

**6. Stornierungsfristen:** Die Stornogebühr stellt einen pauschalierten Schadenersatz dar. Die Stornierung bis acht Tage vor dem Start der Kampagne ist kostenlos. Bei späterer Stornierung fällt eine Stornogebühr in der Höhe von 50% der noch ausstehenden Kampagne an. Der Werbetreibende verzichtet auf eine Minderung des Schadenersatzanspruches, insbesondere auf das richterliche Mäßigungsrecht, - soweit gesetzlich zulässig - aus welchen Gründen auch immer, auch aus dem Titel der Vorteilsausgleichung.